



Repenser le droit à l'oubli

Nathalie Walczak

► To cite this version:

Nathalie Walczak. Repenser le droit à l'oubli. La richesse des réseaux numériques. , Presses universitaires d'Aix-Marseille, 2013, Actes du colloque Médias011, 9782731408218. halshs-01270901

HAL Id: halshs-01270901

<https://shs.hal.science/halshs-01270901>

Submitted on 8 Feb 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Repenser le droit à l'oubli

Nathalie WALCZAK

Université Lyon 2 - Laboratoire ELICO

Résumé

La question de l'impact des réseaux socionumériques sur la société contemporaine met à jour des enjeux importants en terme de protection des données personnelles sur l'internet. Le droit à l'oubli est présenté comme une solution face à la marchandisation croissante des données personnelles mais se base principalement sur des analyses technicistes qui éludent les changements sociaux initiés par l'internet. Pourtant, c'est une technologie qui reconfigure fortement les paradigmes spatiaux et temporels tels que connus jusqu'ici, et qui amène à s'interroger sur la frontière acceptable entre la mémoire et l'oubli.

Mot clés

Droit à l'oubli, traces numériques, protection des données personnelles, réseaux socionumériques, visibilité, publicisation.

Abstract

Impact of social networks on contemporary society maintains significant issues in terms of data protection on the Internet. The ability to “forget” is shown as a solution to the increasing merchandization of personal data but is based primarily on data who evade the social changes initiated by the Internet. Yet it is a technology that reconfigures the highly spatial and temporal paradigms as known so far, and raises questions about the boundary between acceptable memory and oblivion.

Key-Words

Privacy, personal datas protection, social network.

Repenser le droit à l'oubli

Médias 011 : Y a-t-il une Richesse des Réseaux ?

Nathalie Walczak

nathalie.walczak@univ-lyon2.fr

*"Comment fixer la limite où il devient nécessaire
que le passé s'oublie pour ne pas enterrer le présent ?"*

Friedrich Nietzsche (1874)

Les réseaux socionumériques (Coutant et Stenger, 2011) sont actuellement des éléments majeurs de l'internet. Le nombre croissant de comptes affiliés à ces réseaux dénote un intérêt certain pour les pratiques qui y sont associées. En mai 2011, vingt-deux millions de comptes *Facebook* existaient en France et près de sept cent cinquante millions au niveau mondial, selon les dires de son fondateur Mark Zuckerberg. Quant aux entreprises de l'internet, elles investissent ce créneau comme le dernier bastion indispensable à leur expansion, au regard de *Google+* qui, lancé fin juin 2011, comptait déjà cinq millions de membres en juillet 2011 à l'échelle internationale.

En offrant une facilité de communication et d'interaction toujours plus grande entre internautes, ces sites de réseautage se révèlent comme de véritables leaders technologiques notamment en ce qui concerne l'utilisation des données personnelles. Effectivement, l'efficacité de l'ergonomie des sites de réseaux socionumériques repose sur la collecte et l'agencement des informations numériques émanant des utilisateurs. Le recueil de données par les entreprises de l'internet s'avère donc être nécessaire. Mais au-delà de la fonction utile de cette collecte, les sites en tirent aussi un avantage économique en les revendant à d'autres entreprises intéressées par ces fichiers. Ces données sont devenues de véritables mines d'informations pour qui sait les faire parler, et font l'objet d'une marchandisation accrue de la part des acteurs de l'internet. Le problème majeur réside dans le fait que l'internaute reste peu informé de ces pratiques, et n'a pas de contrôle suffisant pour être maître de ses données.

Ainsi, la question de l'impact des réseaux socionumériques sur la société contemporaine met à jour des enjeux importants notamment en termes de protection des données personnelles sur l'internet et le droit à l'oubli est érigé comme une solution idéale pour protéger la vie personnelle de l'internaute. Pourtant, le droit à l'oubli sonne comme un paradoxe dans une société qui réclame aussi le droit à l'accès à l'internet pour tous, l'existence d'un devoir de mémoire et l'application de lois nationales sur une question mondiale. Cette ambiguïté tant

sémantique que philosophique, semble se traduire par une diabolisation grandissante des sites comme Facebook ou Google+, et par conséquent, une non-entente de ces sites avec les instances régulatrices.

En nous appuyant sur la mise en place de la Charte pour le droit à l'oubli par Nathalie Kosciusko-Morizet alors secrétaire d'Etat chargée de la prospective et du développement de l'économie numérique en octobre 2010, nous aborderons ce sujet en questionnant la pertinence du droit à l'oubli comme réponse à la protection des données personnelles sur internet. Nous l'envisagerons dans une approche communicationnelle et critique en nous référant dans un premier temps à son acception juridique, car bien que le droit à l'oubli ne puisse pas être invoqué en tant que tel en matière pénale, certaines lois ou articles de lois permettent d'inscrire l'oubli dans le cadre juridique actuel. Il s'agit notamment de l'article 9 du code civil (respect de la vie privée), de la loi du 6 janvier 1978 (Loi Informatique et Libertés) et de la loi du 6 août 2004 (LCEN : Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique), qui peuvent permettre dans certains cas le retrait ou la désindexation de contenus. Ce sont sur ces bases que s'est appuyé Nathalie Kosciusko-Morizet en novembre 2009 pour lancer un atelier intitulé "*Droit à l'oubli numérique*", prémisse à la Charte du droit à l'oubli.

La seconde acception du droit à l'oubli à laquelle nous nous intéresserons, est une approche plus philosophique du terme, qui se conçoit en symétrie avec le concept de "*devoir de mémoire*" apparu en France dans les années 1990. Sémantiquement, le droit désigne ici un pouvoir légitime de chaque être humain, une autorisation implicite. Quant à l'oubli, il apparaît comme un élément constitutif de l'homme, indispensable à son processus de mémoire (Ricoeur, 2000). Ce deuxième aspect du droit à l'oubli, moins pragmatique que le premier, nous permettra de soulever des questions complexes afin de mettre en lumière certaines limites du droit à l'oubli tel que défini dans la Charte.

Enfin, dans une optique de prospective et à la lumière d'études récentes sur les données numériques, nous nous demanderons s'il est toujours pertinent de penser l'oubli comme un droit ou s'il ne faudrait pas l'envisager comme un devoir dans une optique "d'écologie numérique".

1. La fragilité des actions politiques françaises concernant le droit à l'oubli

2008 : une mise en place gouvernementale prometteuse

"C'est bizarre, il n'y a pas de traduction en anglais pour Droit à l'oubli".¹ Cette phrase laconique de Peter Fleischer, le responsable de la protection des données personnelles chez Google, résume en quelques mots l'ambivalence qui existe entre une conception juridique nationale du droit à l'oubli, et une problématique sur les données personnelles dont les enjeux sont internationaux.

En France, le secrétariat d'Etat chargé de la prospective, de l'évaluation des politiques publiques et du développement de l'économie numérique² est créé au printemps 2008 sous la direction d'Eric Besson qui est remplacé en février 2009 par Nathalie Kosciusko-Morizet (NKM)³. Elle organise un atelier sur le droit à l'oubli numérique à Sciences Po Paris le 12 novembre 2009, et réunit à cette occasion quelques acteurs-clés du secteur dont Google, Microsoft, Facebook, Skyblog et la CNIL⁴. Suite à ces débats, NKM promet des mesures

¹http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/11/12/la-delicate-question-du-droit-a-l-oubli-sur-internet_1266457_651865.html : page consultée le 26.08.11.

² <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?sessionId=?cidTexte=JORFTEXT000018571311> : page consultée le 30.08.11

³ <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020099569&dateTexte=&oldAction=rechJO&categorieLien=id> : page consultée le 30.08.11

⁴ <http://www.cnil.fr/vos-libertes/vos-traces/> : page consultée le 24.08.11

concrètes dans les mois à venir et lance une consultation publique en mai 2010 concernant les attentes des internautes sur la protection de la vie privée. Elle identifie alors deux demandes principales : premièrement, améliorer la transparence de l'exploitation des données publiées intentionnellement, et deuxièmement, faciliter la possibilité pour une personne de gérer les données qu'elle a publiées et qui concernent sa vie privée⁵. Cette réflexion sur le droit à l'oubli numérique aboutit à la signature de deux chartes différentes. Le 30 septembre 2010, une charte dite de déontologie est signée par dix associations professionnelles réunies sous l'égide de l'Union Française du Marketing Direct (UFMD). Sous le titre exact de "*Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes*", ce texte de vingt-trois pages⁶ souligne l'importance des droits des internautes concernant leurs données et suggère une série de huit recommandations aux signataires, comme la limitation de la durée d'exploitation des cookies ou le recours aux techniques de "capping" (dispositif de plafonnement des publicités ciblées).

Les sites collaboratifs et la charte sur le droit à l'oubli

Le 13 octobre 2010, la deuxième charte intitulée "*Charte du droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche*" est signée et présentée publiquement⁷. Elle se compose de dix pages, dont seulement quatre constituent la charte en elle-même. Dans le fond, elle repose sur six grands engagements concernant le consentement de l'internaute, le droit à l'information et les droits d'opposition "*prévus par la loi*"⁸. Les signataires promettent de respecter ce contrat, mais toujours sur la base du volontariat et sans contraintes juridiques. Les partenaires visés tels Google, Facebook et la CNIL ne font pas partie de la liste des signataires, réduite à dix acteurs de l'internet dont *Action Innocence*, *Copains d'avant* ou la *Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques*. De fait, cette charte est un échec au vu des signataires, tant au niveau de leur nombre dérisoire que de leur cœur d'activités qui semblent être pour la plupart bienveillantes. L'absence des géants de l'internet qui étaient visés en premier lieu par cette charte ne fait que renforcer ce revers.

Pour reprendre l'expression du journaliste Jean-Marc Manach⁹ qui était invité lors de l'atelier sur le droit à l'oubli numérique en 2009, "*c'est une montagne qui accouche d'une souris*". Après une mise en route prometteuse notamment vis à vis des acteurs impliqués, cette charte n'est finalement qu'un texte sans aucun poids juridique et dont la portée n'atteint ni Google, ni Facebook, pourtant présents au démarrage de l'initiative en 2009. En 2011, cette charte semble être reléguée aux oubliettes et les sites comme "*surfez-intelligents.gouv*" ou le blog de NKM¹⁰, qui se faisaient le relai promotionnel de cette initiative, ont été lissés et départis de tous les articles qui concernaient cette charte. Avant d'être dissous en fin d'année 2010 et de laisser la place au Conseil national du numérique¹¹ au mois d'avril 2011, le secrétariat d'Etat à la prospective et au numérique a donc su exercer son droit à l'oubli numérique en effaçant les données relatives à cette question.

⁵ <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/charte-du-droit-a-l-oubli-numerique-mieux-protoger-les-donnees-personnelles-des-interna> : page consultée le 30.08.11

⁶ Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes : http://www.ufmd.org/telechar/20100929UFMD_v26_final.pdf : page consultée le 02.09.11

⁷ <http://nkm-blog.org/le-droit-a-loubli/> : page consultée le 02.09.11

⁸ Charte du droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche : http://www.aidh.org/Actualite/Act_2010/Images/Charte_oubli_La_Charte.pdf : page consultée le 02.09.11

⁹ <http://jean-marc.manach.net/>

¹⁰ <http://www.surfez-intelligent.gouv.fr/spip-47648.php> et <http://nkm-blog.org/>

¹¹ Création du Conseil national du numérique : <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/le-conseil-national-du-numerique-voit-le-jour> : page consultée le 02.09.11

2. La force de la mémoire

Des traces inexorables

Lors d'une navigation sur l'internet, l'internaute laisse inéluctablement des traces, qu'elles soient volontaires ou non, déposées par lui-même ou par d'autres. Il ne peut pas ne pas laisser de traces (Merzeau, 2009) puisque c'est un facteur inhérent à la connexion.

Avec l'évolution de l'internet, les entreprises telles Google et Facebook développent des outils de plus en plus élaborés pour collecter ces données qui sont de véritables sources d'information¹² : adresses IP, cookies, géolocalisation ... Ces données personnelles sont récupérées et exploitées par les acteurs de l'internet pour pouvoir proposer des offres personnalisées à l'internaute concerné. Elles acquièrent alors le statut d'information puisqu'elles renseignent par exemple sur les recherches, les achats ou les passions des personnes connectées. C'est *"une marque invisible [articulée] à un acte informationnel rarement perçu comme tel"* (Merzeau, 2009, p.69), la pertinence des informations étant soumise à la capacité de leurs détenteurs à les traiter.

Facebook ne se cache pas d'utiliser ces techniques, mais les présente comme un échange de bons procédés entre l'internaute et lui. Par exemple, dans l'article 8 des Conditions Générales d'Utilisation (CGU) concernant le bouton de partage de lien sur un site web, Facebook se dédouane de sa responsabilité dans l'utilisation des données recueillies : *"Si vous incluez le bouton de partage de lien sur votre site web, les conditions suivantes s'appliquent à votre cas :*

- 1. Nous vous donnons la permission d'utiliser le bouton de partage de lien de Facebook pour permettre aux utilisateurs de publier des liens ou du contenu de votre site web sur Facebook.*
- 2. Vous nous donnez la permission d'utiliser, et d'autoriser d'autres parties à utiliser, ces liens et ce contenu sur Facebook."*

Cette utilisation des contenus est aussi évoquée à l'article 2 des CGU : *"Vous pouvez contrôler la façon dont nous partageons votre contenu"*. L'internaute est donc informé officiellement que ses contenus sont utilisés et partagés par Facebook et c'est à lui de faire les démarches nécessaires pour se protéger de ces pratiques. Le problème essentiel par rapport à ce site, c'est que l'acceptation des CGU est obligatoire pour y avoir accès. Mais le fait de cocher la case d'acceptation ne signifie pas pour autant que les internautes ont lu les CGU, puisqu'ils sont dans l'obligation de les accepter pour accéder au site. De plus, Facebook change régulièrement ses clauses, et il est très fastidieux pour l'internaute de se tenir parfaitement informé.

Cette exploitation des traces devient un enjeu majeur pour les entreprises de l'internet qui utilisent le maillage réticulaire des internautes comme un outil commercial (Rebillard, 2011). La première charte sur le droit à l'oubli signée en septembre 2010, avait pointé ces mécanismes souvent obscurs pour l'utilisateur en recommandant par exemple une durée de vie limitée à 60 jours pour les cookies.

Une présence entre visibilité et publicisation

Au delà de ces données informationnelles techniques et implicites, les internautes laissent aussi des indices sur eux-mêmes ou sur des tiers en déposant du contenu ou simplement en nouant des relations. Avec le succès des réseaux socionumériques, ces traces sont nombreuses et précieuses dans le sens où elles reflètent les interactions sociales qui sont empreintes de confidences à mi-chemin entre sphère privée et sphère publique. L'extimité,

¹² Définition de la donnée selon le Ministère de la Culture : "une représentation d'une information sous une forme conventionnelle destinée à faciliter son traitement".

c'est à dire l'exposition de sa vie intime (Tisseron, 2001), est amplifiée par l'internet et notamment par les réseaux socionumériques qui offrent des espaces à grande échelle pour afficher la vie privée. L'exposition de la vie privée sur un média public, traduit un chevauchement des deux sphères classiquement considérées dans une perspective habermassienne (Habermas, 1962) et ce "brouillage" entre espace public et espace privé, pour reprendre les termes de Richard Sennett (Sennett, 1979), engendre alors un territoire non-défini et fluctuant de ce qui se situe entre les deux espaces.

Les sites de réseaux socionumériques profitent de cette "zone libre" pour accumuler des informations qui ne sont définies ni dans l'espace privé, ni dans l'espace public. Ainsi, le droit à l'oubli est présenté comme une réponse à des mises en visibilité qui n'ont pas été pensées dans l'espace public contemporain (Cardon, 2010). L'internet accroît la publicisation des activités de l'individu dans le sens où c'est un outil accessible à un grand nombre de personnes, mais cela ne correspond pas systématiquement à un désir de visibilité généralisée de la part des internautes. Pour Cardon, l'internet est un espace de semi-visibilité où sont définies plusieurs zones d'intimité plus ou moins exposées selon ce qu'il appelle le clair-obscur : l'internaute choisit de montrer ou de cacher certains aspects de lui-même en utilisant des jeux de masques.

C'est ce que font les utilisateurs de Facebook ou de Google+ lorsqu'ils autorisent certains amis à voir leur mur, leurs cercles, leurs photos, ou quand ils restreignent l'accès à leur profil. Ils peuvent se montrer sous des profils diversifiés envers différentes personnes et peuvent opérer une coupure nette entre ce qui relève des loisirs, de la vie professionnelle et de la vie familiale par exemple. Par contre, ce jeu de masques - défini bien avant l'arrivée de l'internet avec notamment le concept de "persona" développé par Jung (Jung, 1933) - n'est pas toujours saisi par le bon destinataire. Un employeur ne fera pas systématiquement la différence entre une information provenant d'un réseau social à usage personnel et une information issue d'un réseau social à usage professionnel, alors que l'internaute qui a posté le contenu considéré, pouvait avoir fait cette différence. Sur l'internet, il est impossible de contrôler qui se trouve à la réception des contenus que l'émetteur publie.

Des enregistrements incontrôlables

Quand nous évoquons le droit à l'oubli, nous pensons à l'internaute "émetteur" qui laisse des traces, volontairement ou non, de lui-même ou par l'action d'un tiers. Ces indices sont donc l'objet de l'oubli et l'internaute concerné en est le sujet. Mais à qui se rapporte l'action d'oublier : au système technique qui contient les informations ou à l'humain qui prend connaissance des contenus sur l'internet ?

Si nous considérons que c'est le système informatique qui est visé par l'oubli, il est effectivement possible d'effacer des sphères du présent les informations puisqu'elles sont stockées dans des bases de données. Elles sont physiquement atteignables et peuvent être supprimées, en sachant tout de même que toute action informatique laisse des traces, donc que l'effacement laissera lui-même des traces. Par contre, concernant l'être humain, il est impossible de demander à une personne d'oublier volontairement des éléments qu'elle a vus, lus et mémorisés. La mémoire humaine enregistre de façon aléatoire, inconsciente et individuelle ce qui lui est donné comme information.

Nous touchons là une autre limite du droit à l'oubli : la permanence de la mémoire humaine. Un contenu peut être effacé sur internet, mais rien n'indique qu'il n'a pas été retenu ou récupéré par d'autres internautes. A partir du moment où un contenu est diffusé, sa suppression n'empêchera jamais sa réapparition ou tout simplement son appropriation par ceux qui l'ont consulté. Les solutions techniques envisagées par la Charte du droit à l'oubli ne paraissent pas pouvoir répondre à cette question et se contentent de déplacer le problème sur les entreprises de l'internet.

L'oubli numérique à l'aune de l'oubli humain

Lors de nos échanges non-numériquement interfacés, nous ne pouvons pas revenir sur ce qui vient d'être fait ou dit car nous sommes dans une dimension temporelle définie. Nous acceptons que nos actions, nos paroles, nos gestes, construisent notre image et traduisent - ou trahissent- qui nous sommes (Goffman, 1973). La mémoire enregistre un grand nombre de données et l'oubli s'exerce aléatoirement au fil du temps. C'est d'ailleurs une nécessité comme l'illustre *Funes*, le personnage atteint d'hypermnésie créé par Borges : "*Pour penser [...], il faut généraliser, c'est à dire qu'il faut oublier*" (1942).

Avec l'internet, cette dimension temporelle n'est pas linéaire car les conversations peuvent se croiser, s'interrompre et se reprendre à n'importe quel moment. C'est le problème de l'écriture asynchrone formulé par Jean-Michel Salaün dans le *paradoxe de Roger*¹³ qui souligne que "*le web favorise conjointement deux mouvements opposés : le développement d'échanges spontanés (conversations) et leur fixation sur un support public, pérenne et documenté.*" (Pédaque, 2006). L'oubli ne s'exerce donc pas ici de façon automatisée puisque le temps ne joue plus son rôle de vecteur entre la mémoire et l'oubli ; il doit donc être pensé de manière volontaire.

3. L'ignorance imposée, mais par qui ?

Une réputation à entretenir

Ce changement de paradigme à la fois spatial et temporel, inhérent à l'internet, entraîne des modes de fonctionnement nouveaux dans les échanges sociaux. Mais l'internet étant une technologie encore jeune (Casilli, 2010), les utilisateurs ne maîtrisent pas totalement leur présence en ligne car contrairement aux relations non-numériques, la visibilité exacerbée de l'internet oblige à une vigilance plus grande.

Ainsi, les traces laissées au cours des navigations peuvent devenir gênantes sans que l'internaute en ait l'accès pour pouvoir les modifier. Les entreprises de *e-réputation* ou de *personal branding*¹⁴ promettent de prendre le relais de ce défaut en recréant une identité propre basée sur une nouvelle hiérarchisation des informations de l'internaute concerné. Les informations gênantes sont alors cachées par d'autres données mieux référencées qui rendent le profil plus présentable. L'oubli est effectivement créé de manière artificielle en redessinant une hiérarchie d'importance dans les informations. Mais qui détient ce pouvoir de hiérarchiser l'information ?

Le devoir d'effacer

La même question d'ordre éthique va se poser face à la profusion des données. En 2009, Louise Merzeau relevait qu'au bout de trois jours, l'information enregistrée sur le réseau internet était multipliée par deux. Si cette progression exponentielle reste constante, l'effacement systématique des données deviendra une contrainte obligatoire afin que les serveurs informatiques puissent fonctionner correctement. Dans ce cas, l'oubli ne pourra plus être considéré comme un droit mais comme un devoir (Cardon, 2008).

Cela rejoint le problème posé pour la gestion de la e-réputation : qui effacera quoi ? En considérant le nombre de données concernées, nous pouvons supposer que ce sera un système automatisé et non pas des suppressions générées par l'Homme (Merzeau, 2009). Dans ce cas-là, le traitement impersonnel des données expose à des suppressions excessives de contenus non destinés à disparaître. La conversion des blogs *Windows Live*

¹³ Bloc-notes de Jean-Michel Salaün : <http://blogues.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/post/2006/06/14/38-le-paradoxe-de-roger>.

¹⁴ Marque personnelle

en blogs *Worpress* en est un exemple. Les internautes qui disposaient d'un blog *Windows Live*, ont été avertis en octobre 2010 d'un basculement imminent et irréversible vers la plateforme *Wordpress*. La date du 16 mars 2011 était fixée comme limite pour que l'internaute récupère ses données sous forme HTML ou pour qu'il bascule directement son blog sous *Wordpress*. Les blogs des personnes qui n'ont pas agi avant cette date, ont été détruits.

Au delà de la question éthique entre l'homme et la machine, cela soulève deux problèmes sous-jacents : quelle est la valeur des contenus produits sur internet et est-ce-que ces contenus sont des objets de mémoire pour l'histoire de l'homme (Ricoeur, 2000) ? Si ce sont des objets de mémoire, il y a une antinomie forte avec le droit à l'oubli qui, dans une conception très technicienne, place l'effacement comme une solution à la gestion des données personnelles. Le droit à l'oubli se frotte une nouvelle fois à une frontière mouvante : celle qui se trouve entre la présence et l'absence, en écho à la question de Nietzsche posée en préambule de cette communication.

Conclusion

En dépassant la vision techniciste du droit à l'oubli qui se fonde sur une opposition systématique entre les entreprises de l'internet et les internautes, nous nous apercevons que les limites de nos repères spatiaux et temporels sont fluctuantes avec l'utilisation des réseaux sociaux numériques. Cette reconfiguration des frontières entraîne une remise en question du concept de mémoire dans ces espaces de discussions et d'échanges tels Facebook ou Google+, puisqu'ils engendrent une persistance des informations dans le temps.

Le droit à l'oubli apparaît alors comme une nécessité au vue de la profusion des données et de la visibilité exacerbée inhérente aux sites de réseaux sociaux numériques. Dans cette configuration communicationnelle particulière, les mesures de gestion technique relatives à la question du droit à l'oubli deviennent difficilement opératoires et aboutissent à une gestion de la présence numérique par l'effacement des données. C'est une gestion par l'absence : l'internaute est déresponsabilisé face au contrôle de ses données et les sites de réseaux sociaux numériques sont désignés comme des dangers contre lesquels l'internaute doit se protéger en faisant appel à des entités extérieures.

L'idée que nous voulons rejoindre ici est celle de Valérie Peugeot (2010) et de Dominique Cardon qui militent non pas pour un droit à l'oubli, mais pour un droit à l'accès à ses propres données. C'est une façon de replacer l'internaute au centre de l'échiquier numérique et de miser sur sa présence plutôt que sur son absence afin que les réseaux sociaux numériques continuent à être des richesses.

Bibliographie

- ARNAUD Michel, MERZEAU Louise (dir) (2009), *Traçabilité et réseaux*, Hermès n°53. Paris : CNRS éditions.
- BORGES Jorge Luis, (1944), *Funes el Memorioso* in *Ficciones*. Paris : Gallimard, coll. Folio (trad. fr. 1974).
- CARDON Dominique (2008), *Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0*, Réseaux, n°152, pp.93-137.
- CARDON Dominique (2010 a), *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Paris : Seuil, coll. La république des idées.
- CARDON Dominique (2010 b), *Confiner le clair-obscur : réflexions sur la protection des données personnelles sur le Web 2.0*, in MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J., *Web social. Mutation de la communication*. Québec : PUQ, pp.315-328.
- CASILLI Antonio (2010), *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*. Paris : Seuil.
- COUTANT Alexandre, STENGER Thomas (dir) (2011), *Ces réseaux numériques dits sociaux*, Hermès n°59. Paris : CNRS éditions, pp.9-17.
- GOFFMAN Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 2 : Les relations en public*. Paris : Les éditions de minuit.
- JUNG Carl Gustav (1933 trad. fr. 1964), *Dialectique du moi et de l'inconscient*. Paris : Gallimard, coll. Folio essais.
- LACOUR Stéphanie (dir.) (2008), *La sécurité de l'individu numérisé. Réflexions prospectives et internationales*. Paris : L'Harmattan.
- MERZEAU Louise (2009), *De la surveillance à la veille* in *Cités* n°39, pp.67-80.
- MIEGE Bernard (2007), *La société conquise par la communication. Tome 3 : Les Tic entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble : PUG.
- NIETZSCHE Friedrich (1874), *Seconde considération inactuelle. De l'utilité et de l'inconvénient de l'histoire pour la vie*. Traduction d'Henri Albert (2009) en ligne sur http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/file/nietzsche_seconde_inactuelle.pdf, consulté le 05.09.11
- PERRIAULT Jacques (2008), *Traces numériques personnelles, incertitude et lien social*, Hermès, n° 53, pp. 13-20.
- PEUGEOT Valérie (2010), *Les enjeux publics, économiques et citoyens de l'ouverture des données. L'expérience britannique*. Actes de la troisième conférence Document numérique et société à Aix en Provence les 15 et 16 novembre 2010 : ADBS Editions.
- REBILLARD Franck (2011), *Du Web 2.0 au Web² : Fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques*, in Hermès n°59. Paris : CNRS Editions.
- RICOEUR Paul (2000), *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris : Le Seuil.
- SENNETT Richard (1979), *Les tyrannies de l'intimité*. Paris : Le seuil.
- SIMONNOT Brigitte & GALLEZOT Gabriel (dir.) (2010), *L'entonnoir. Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication*. Caen : C&F éditions.
- PEDAQUE Roger T. (2006), *Le document à la lumière du numérique*. Caen : C&F éditions.
- TISSERON Serge (2001), *L'intimité surexposée*. Paris : Ramsay.